

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### 1.1.1 Sejarah Perusahaan

##### A. Perusahaan Yamaha

Perusahaan Yamaha berasal dari nama pendirinya yaitu “Yamaha Tarakusu” pada tahun 1887. Nama pertama perusahaan ini pertama kali yaitu Yamaha *corp* (*Nippon gakki*). Yamaha pertama kali di kenal sebagai perusahaan pembuat alat musik dan organ, tidak berselang beberapa waktu Yamaha sangat dikenal di mata dunia sebagai perusahaan terbesar pembuat alat musik di dunia.



**Gambat 1.1**  
**Logo Yamaha**

Sumber : <http://www.yamaha-motor.co.id>, 2016

Pada 1 Juni 1955 berdiri lah Yamaha Motor *Corp* yang beda dengan Yamaha *corp* tetapi masih dalam satu grup. Motor produksi pertamanya adalah *single cylinder 2 stroke* 125cc. Motor 125cc tersebut dikenal sebagai YA1 alias Atakombo (dikenal juga sebagai *Red DragonFly*). Motor ini lumayan sukses dan produksi berikutnya menggunakan *engine* 175cc. Produksi motor berikutnya adalah *twin cylinder* YDI di tahun 1957, sanggup mengeluarkan *power* 20 bHP dan memenangkan *race Mount Asama* di Jepang.

Produksinya sekitar 15.811 *bikez* dan jumlah ini masih dibawah Honda ataupun Suzuki. Selanjutnya Yamaha berkembang dengan cukup pesat dan ditahun 1959 keluar motor sport pertamanya yang dikenal sebagai YDSI dengan 5 *speed gearbox*. Tahun 1960, produksinya meningkat 6 kali lipat menjadi 138 ribu motor. Setelah berakhirnya Perang Korea perekonomian Amerika Serikat begitu *booming* dan ini mendorong *eksport* Jepang khususnya motor ke Amerika Serikat. Tahun 1962 *ekspor* Yamaha ke US sebanyak 12 ribu motor. Kemudian tahun 1962 sudah mencapai 12 ribu unit. Demikian pula untuk tahun 1963, kurang lebih sebanyak 36 ribu unit. Puncaknya ditahun 1964, ekspornya mencapai 87 ribu unit. Tahun 1963, Yamaha bikin motor 250cc, *twin cylinder* dan *air cooled*. Sejak saat itu Yamaha lumayan dikenal di seantero Jepang. Tahun 1965, produksi Yamaha sudah mencapai 244 ribu unit dan peruntukannya 50:50 dimana sebagian untuk *eksport* sedangkan sebagian lainnya konsumsi dalam negeri.

### 1.1.2 Visi dan Misi

#### a. Visi Yamaha Motor

1. Menjadi perusahaan distributor motor, produk dan jasa pendukungnya yang memiliki jaringan pemasaran Terbesar di Indonesia.
2. Menjadi perusahaan yang Terpercaya, meliputi sumber daya manusia yang handal, Sistem pengelolaan keuangan yang solid, dan Infrastruktur yang tepat guna.

#### b. Misi Yamaha Motor

1. Melakukan terobosan dan analisa untuk pengembangan bisnis dengan membentuk jaringan-jaringan (Penjualan, Perawatan, dan Suku Cadang) baru di seluruh Indonesia.
2. Memastikan terjadinya pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar di setiap wilayah operasional.
3. Melakukan strategi bisnis perusahaan yang didukung oleh strategi kebijakan yang optimal.

## 1.2 LATAR BELAKANG

Dengan terus berkembangnya peningkatan penduduk di Indonesia sehingga berdampak buruk terhadap Indonesia, salah satunya adalah macetnya akses jalan di Indonesia dikarenakan masyarakat Indonesia lebih memilih untuk memiliki kendaraan umum, setidaknya setiap satu keluarga memiliki transportasi yaitu sepeda motor. Oleh karena itu, dengan membaca situasi yang ada di Indonesia para pengusaha terkhususnya pengusaha motor berbondong-bondong untuk membuka usaha dealer Motor di Indonesia.

Motor Yamaha ialah salah satu dealer motor yang ada di Indonesia dan termaksud sebagai salah satu motor yang paling di minati oleh masyarakat Indonesia dikarenakan performa mesin yang mantap.



**Gambar 1.2**

**populasi sepeda motor di Indonesia yang semakin meningkat.**

Sumber: <http://peoplesafetyindonesia.blogspot.co.id/>

SEPEDA MOTOR MATIC			SEPEDA MOTOR SPORT			SEPEDA MOTOR BEBEK		
MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP
Yamaha Mio	31.2%	TOP	Yamaha V-IXION	31.5%	TOP	Honda Supra	36.3%	TOP
Honda Beat	30.6%	TOP	Kawasaki Ninja	9.3%		Yamaha Jupiter	14.6%	TOP
Honda Vario	20.2%	TOP	Honda MegaPro	7.1%		Honda Absolute Revo	14.0%	TOP
Honda Scoopy	3.8%		Honda Tiger	5.9%		Yamaha Vega	10.6%	
			Yamaha Byson	5.1%		Honda Blade	5.8%	

**Gambar 1.3**

### **Top Brand Motor di Indonesia**

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>, 2016

Dapat dilihat dari table *Top Brand* diatas bahwa motor Yamaha menjadi peringkat pertama dalam pembelian sepeda motor *matic* dan sepeda motor *sport* serta dalam pembelian sepeda motor motor bebek Yamaha Jupiter menjadi peringkat ke dua dan Yamaha vega menjadi peringkat ke 4.

Untuk dapat bersaing di dunia bisnis perlu adanya promosi yang kuat, menarik dan kreatif serta memiliki kelebihan dan keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk pesaing sehingga masyarakat mengetahui dan menerima produk kita.

Kreatifitas iklan dalam perusahaan adalah salah satu hal yang sangat perlu dipikirkan untuk dapat bersaing di dunia bisnis. Untuk mempromosikan suatu produk yang dengan gampang diterima oleh masyarakat banyak, suatu perusahaan harus kreatif dalam memasarkan atau memperkenalkan produk mereka kepada konsumen. Menurut Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, dan William Wells (2011:6) iklan adalah jenis komunikasi pemasaran yang merupakan istilah umum yang mengacu kepada semua bentuk teknik komunikasi yang digunakan pemasar untuk menjangkau dan menyampaikan pesan kepada konsumennya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sehingga peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Kreatifitas Iklan Pada Motor Yamaha Pada Media Televisi”. Peneliti melakukan penelitian berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dan fenomena yang terjadi dilapangan dengan objek yang berbeda

### **1.3 PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan kreatifitas iklan pada motor Yamaha pada media televisi ?

#### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan kreatifitas iklan motor Yamaha
2. Untuk mengetahui persepsi iklan motor Yamaha dimata Konsumen.

#### **1.5 KEGUNAAN PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak-pihak yang memerlukan, yaitu:

1. Bagi konsumen  
Memberikan pemahaman dan menambahkan pengetahuan teoritis bagi konsumen.
2. Bagi perusahaan  
Memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan dengan memperhatikan kreativitas iklan terhadap pembelian .

#### **1.6 SISTEMATIKA PENULISAN**

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, peneliti membaginya dalam beberapa bab. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKADAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitiandan mendukung pemecahan masalah, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

#### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab masalah penelitian, meliputi jenis penelitian, operasional variabel, jenis data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi uraian data hasil penelitian dan pembahasannya secara sistematis sesuai perumusan masalah dan tujuan penelitian.

#### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang merupakan hasil penafsiran terhadap hasil analisis temuan penelitian. Selain itu disajikan pula perumusan saran yang merupakan implikasi dari kesimpulan dan berhubungan dengan permasalahan.